

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
HALAMAN PERNYATAAN	iii
KATA PENGANTAR	iv
DAFTAR ISI	v
DAFTAR GAMBAR	vii
DAFTAR TABEL	viii
INTISARI	xi
ABSTRACT	xii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Permasalahan.....	4
1.3 Tujuan Penelitian.....	5
1.4 Manfaat Penelitian.....	6
BAB II TINJAUAN PUSTAKA DAN LANDASAN TEORI	7
2.1 Tinjauan Pustaka.....	7
2.2 Landasan Teori.....	13
2.3 Kerangka Pemikiran.....	27
2.4 Hipotesis.....	30
BAB III METODE PENELITIAN	32
3.1 Metode Dasar.....	32
3.2 Pemilihan Lokasi Penelitian.....	32
3.3 Metode Pengambilan dan Penentuan Jumlah Sampel.....	32
3.4 Teknik Pengumpulan Data.....	33
3.5 Definisi dan Pengukuran Variabel.....	34
3.6 Metode Analisis Data.....	38
3.7 Batasan Masalah.....	52
BAB IV KEADAAN UMUM DAERAH PENELITIAN	53
4.1 Kabupaten Sleman.....	53
4.2 Kepanewon Turi.....	54
4.3 Kepanewon Tempel.....	56
BAB V KARAKTERISTIK SAMPEL PENELITIAN	58
5.1 Karakteristik sosial ekonomi petani responden.....	58
5.2 Karakteristik usahatani petani responden.....	62
BAB VI HASIL DAN PEMBAHASAN	66
6.1 Persepsi petani mengenai hambatan adopsi <i>E-commerce</i>	66



6.2 Pengaruh persepsi hambatan terhadap persepsi kemudahan	71
6.3 Faktor-faktor yang mempengaruhi niat petani untuk mengadopsi E-commerce.....	82
6.4 Faktor-faktor yang mempengaruhi niat petani untuk melanjutkan adopsi E-commerce	92
6.5 Dampak E-commerce terhadap pendapatan usahatani	101
BAB VII KESIMPULAN DAN SARAN.....	107
7.1 Kesimpulan	107
7.2 Saran	108
DAFTAR PUSTAKA.....	109
LAMPIRAN.....	112

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Konsep dasar pembentukan model UTAUT	21
Gambar 2.2 Kerangka pikir penelitian	30
Gambar 3.1 Permodelan SEM petani yang belum mengadopsi E-commerce.....	46
Gambar 3.2 Permodelan SEM petani yang telah mengadopsi E-commerce.....	47
Gambar 6.1 Hasil <i>PLS-Algorithm</i> faktor yang mempengaruhi persepsi kemudahan pada kelompok adopter.....	78
Gambar 6.2 Hasil <i>PLS-Algorithm</i> faktor yang mempengaruhi persepsi kemudahan pada kelompok non-adopter.....	79
Gambar 6.3 Hasil <i>PLS-Algorithm</i> faktor yang mempengaruhi niat petani untuk mengadopsi <i>E-commerce</i>	88
Gambar 6.4 Hasil <i>PLS-Algorithm</i> faktor yang mempengaruhi niat petani untuk melanjutkan adopsi (<i>adopter</i>).....	97
Gambar 6.5 Grafik distribusi nilai <i>Propensity score</i> petani <i>Adopter</i> dan <i>Non-Adopter</i>	103

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1	Perbedaan pemasaran tradisional dan pemasaran digital	15
Tabel 3.1	Rentang nilai dan kategori skala interval	39
Tabel 4.1	Produksi komoditas buah-buahan di Kabupaten Sleman pada tahun 2016-2019	54
Tabel 4.2	Tanaman produktif, produksi dan rata-rata produktivitas komoditas salak pondoh di Kabupaten Sleman pada tahun 2016-2018	54
Tabel 4.3	Luas Wilayah tiap Desa dan menurut jenis penggunaan tanah (Ha) per Desa di Kepanewon Turi, 2018	55
Tabel 4.4	Luas Wilayah tiap Desa dan menurut jenis penggunaan tanah (Ha) per Desa di Kepanewon Tempel, 2018.....	57
Tabel 5.1	Distribusi petani berdasarkan kelompok usia.....	58
Tabel 5.2	Distribusi petani berdasarkan tingkat pendidikan.....	59
Tabel 5.3	Distribusi petani berdasarkan pengalaman usahatani.....	60
Tabel 5.4	Distribusi petani berdasarkan luas lahan	61
Tabel 5.5	Distribusi petani berdasarkan status penguasaan lahan.....	61
Tabel 5.6	Distribusi petani berdasarkan jumlah tanggungan keluarga.....	62
Tabel 5.7	Distribusi petani berdasarkan penggunaan pupuk	63
Tabel 5.8	Distribusi petani berdasarkan penerimaan.....	63
Tabel 5.9	Distribusi petani berdasarkan biaya tetap	64
Tabel 5.10	Distribusi petani berdasarkan biaya variabel.....	64
Tabel 5.11	Distribusi petani berdasarkan pendapatan.....	65
Tabel 6.1	Persepsi hambatan kebijakan dan infrastruktur	66
Tabel 6.2	Persepsi hambatan kognitif menurut <i>Adopter</i> dan <i>Non-Adopter</i>	68
Tabel 6.3	Persepsi hambatan keamanan menurut <i>Adopter</i>	70
Tabel 6.4	Hasil uji validitas menggunakan parameter <i>loading factor</i> (faktor yang mempengaruhi persepsi kemudahan)	72
Tabel 6.5	Hasil uji validitas menggunakan parameter <i>loading factor</i> (faktor yang mempengaruhi persepsi kemudahan) (lanjutan).....	73
Tabel 6.6	Hasil uji validitas dengan parameter <i>Average Variance Extracted</i>	

(faktor yang mempengaruhi persepsi kemudahan).....	74
Tabel 6.7 Hasil uji validitas dengan parameter <i>discriminant validity</i> (<i>non-adopter</i> dan <i>adopter</i>).....	74
Tabel 6.8 Hasil uji validitas menggunakan parameter <i>cross loading</i> (<i>Non-Adopter</i>).....	75
Tabel 6.9 Hasil uji validitas menggunakan parameter <i>cross loading</i> (<i>Adopter</i>).....	76
Tabel 6.10 Hasil uji reliabilitas menggunakan parameter <i>composite reliability</i>	77
Tabel 6.11 uji reliabilitas menggunakan parameter <i>cronbach's alpha</i>	77
Tabel 6.12 Hasil uji Model struktural menggunakan parameter <i>R-Square</i> (R^2).....	78
Tabel 6.13 Hasil <i>Path coefficient</i> faktor yang mempengaruhi persepsi kemudahan	80
Tabel 6.14 Uji hipotesis faktor yang mempengaruhi persepsi kemudahan	83
Tabel 6.15 Hasil uji validitas menggunakan parameter <i>loading factor</i> (faktor yang mempengaruhi niat petani untuk mengadopsi E-commerce)	84
Tabel 6.16 Hasil uji validitas menggunakan parameter <i>loading factor</i> (faktor yang mempengaruhi niat petani untuk mengadopsi E-commerce) (lanjutan).	84
Tabel 6.17 Hasil uji validitas dengan parameter <i>Average Variance Extracted</i> (faktor yang mempengaruhi niat petani untuk mengadopsi E-commerce)	85
Tabel 6.18 Hasil uji validitas menggunakan parameter <i>discriminant validity</i> (faktor yang mempengaruhi niat petani untuk mengadopsi E-commerce)	86
Tabel 6.19 Hasil uji validitas dengan menggunakan parameter <i>cross loading</i> (faktor yang mempengaruhi niat petani untuk mengadopsi E-commerce)	87
Tabel 6.20 Hasil uji reliabilitas menggunakan parameter <i>composite reliability</i> (faktor yang mempengaruhi niat petani untuk mengadopsi E-commerce)	87
Tabel 6.21 Hasil uji reliabilitas menggunakan parameter <i>cronbach's alpha</i> (faktor yang mempengaruhi niat petani untuk mengadopsi E-commerce)	87
Tabel 6.22 Hasil uji model struktural menggunakan parameter <i>R-Square</i> (faktor yang mempengaruhi niat petani untuk mengadopsi E-commerce)	88
Tabel 6.23 Hasil uji hipotesis faktor yang mempengaruhi niat petani untuk mengadopsi E-commerce.....	89
Tabel 6.24 Persepsi manfaat menurut petani <i>non-adopter</i>	90
Tabel 6.25 Niat mengadopsi <i>E-commerce</i> (<i>non-adopter</i>).....	91
Tabel 6.26 Komparasi <i>path coefficient</i> faktor yang mempengaruhi niat petani untuk mengadopsi (<i>Non-adopter</i>) dan niat petani untuk melanjutkan	

adopsi (<i>Adopter</i>)	91
Tabel 6.27 Hasil uji validitas menggunakan parameter <i>loading factor</i> (faktor yang mempengaruhi niat petani untuk melanjutkan adopsi)	93
Tabel 6.28 Hasil uji validitas menggunakan parameter <i>loading factor</i> (faktor yang mempengaruhi niat petani untuk melanjutkan adopsi) (lanjutan)	93
Tabel 6.29 Hasil uji validitas dengan parameter <i>Average Variance Extracted</i> (faktor yang mempengaruhi niat petani untuk melanjutkan adopsi)	94
Tabel 6.30 Hasil uji validitas menggunakan parameter <i>discriminant validity</i> (faktor yang mempengaruhi niat petani untuk melanjutkan adopsi)	94
Tabel 6.31 Hasil uji validitas dengan menggunakan parameter <i>cross loading</i> (faktor yang mempengaruhi niat petani untuk melanjutkan adopsi)	95
Tabel 6.32 Hasil uji reliabilitas menggunakan parameter <i>composite reliability</i> (faktor yang mempengaruhi niat petani untuk melanjutkan adopsi)	96
Tabel 6.33 Hasil uji reliabilitas menggunakan parameter <i>cronbach's alpha</i> (faktor yang mempengaruhi niat petani untuk melanjutkan adopsi)	96
Tabel 6.34 Hasil uji model struktural menggunakan parameter <i>R-Square</i> (faktor yang mempengaruhi niat petani untuk melanjutkan adopsi)	97
Tabel 6.35 Hasil uji hipotesis faktor yang mempengaruhi niat petani untuk melanjutkan adopsi.....	98
Tabel 6.36 Persepsi manfaat menurut petani <i>adopter</i>	99
Tabel 6.37 Niat untuk melanjutkan adopsi <i>E-commerce (adopter)</i>	100
Tabel 6.38 Statistik deskriptif sampel berdasarkan variabel perlakuan dan outcome.....	101
Tabel 6.39 Estimasi <i>propensit score</i> menggunakan regresi logit	102
Tabel 6.40 Dampak pengadopsian <i>E-commerce</i> terhadap pendapatan usahatani.....	104
Tabel 6.41 Peningkatan pendapatan usahatani jika petani mengadopsi <i>E-commerce</i>	105
Tabel 6.42 Perbandingan kovariat sebelum <i>matching</i> dan setelah <i>matching</i>	106